

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Pemikiran .....	7
F. Hasil Penelitian Terdahulu .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Dasar Manajemen .....	15
1. Pengertian Manajemen .....	15
2. Fungsi-fungsi Manajemen .....	17
3. Prinsip-prinsip Manajemen .....	20
B. Konsep Dasar Pemasaran & Pemasaran jasa .....	23
1. Pengertian Pemasaran dan pemasaran jasa .....	23
2. Tingkatan Pemasaran .....	29
3. Lingkungan Pemasaran .....	30
4. Bauran Pemasaran .....	31
C. Konsep Dasar Pendidikan Sekolah Dasar Terpadu .....	35
1. Pengertian Pendidikan .....	35
2. Tujuan Pendidikan .....	37

3. Komponen Pendidikan.....	38
4. Pengertian Sekolah Dasar Terpadu.....	39
D. Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan .....	41
1. Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan .....	41
2. Peran Dan Fungsi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan .....	44
3. Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Metode Penelitian .....	58
B. Jenis dan Sumber Data .....	58
C. Teknik Pengumpulan Data .....	59
D. Teknik Analisis Data.....	62
E. Tempat dan Waktu Penelitian .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. HASIL PENELITIAN.....	68
1. Profil Sekolah Dasar Islam Terpadu ‘Alamy Subang.....	68
2. Perencanaan Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang. ....	76
3. Pelaksanaan Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang.....	82
4. Pengorganisasian Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang.....	83
5. Pengawasan Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang.....	86
6. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang.....	89
7. Hasil Manajemen Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang .....	91
B. PEMBAHASAN .....	92
1. Perencanaan Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang. ....	92
2. Pelaksanaan Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang.....	98
3. Pengorganisasian Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang.....	100
4. Pengawasan Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang.....	101
5. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang.....	105
6. Hasil Manajemen Pemasaran Jasa SDIT ‘Alamy Subang .....	106

BAB V PENUTUP

A. Simpulan .....108

B. Saran .....110

DAFTAR PUSTAKA .....

LAMPIRAN.....

RIWAYAT HIDUP.....

